

Treballs de la Societat Catalana de Geografia, núm. 79, juny 2015, p. 257-275
ISSN: 1133-2190 (ed. impresa); 2014-0037 (ed. digital)
URL: <http://revistes.iec.cat/index.php/TSCG>
DOI: 10.2436/20.3002.01.87

La imatge del territori a partir de la televisió. La localització de les sèries de Televisió de Catalunya¹

Daniel Paül i Agustí

*Departament de Geografia i Sociologia
/ Càtedra Repsol de Competitivitat i Desenvolupament Regional
Universitat de Lleida
dpaul@geosoc.udl.cat*

Resum

La imatge que genera un territori entre el públic es pot relacionar amb múltiples factors. D'una banda es troba subjecta a la informació obtinguda a través dels sentits i de l'experiència personal. D'altra banda es relaciona amb imatges preconcebudes que arriben per diversos canals, entre ells les sèries de televisió. Les sèries contribueixen a interioritzar aquestes imatges preconcebudes. Poden contribuir a fer més propers alguns territoris, així com a crear certs buits al voltant d'altres àrees. En molts sentits, l'aparició d'un territori en els mitjans de comunicació contribueix a prefigurar i condicionar la percepció personal d'aquell espai. Ens centrarem en analitzar les 21 sèries rodades en exteriors que Televisió de Catalunya ha emès entre els anys 1994 i 2014. Els resultats mostren com aquestes sèries s'han tendit a localitzar en un espai molt precís, l'àrea de Barcelona, tot deixant al marge un bon nombre de comarques catalanes.

Paraules clau: identitat, televisió, imatge de ciutat, representació de l'espai.

1. El present article s'integra dins del projecte finançat pel Pla Nacional de I+D+i "Competitividad e innovacion en el desarrollo territorial: definiendo las bases de un nuevo modelo socioeconómico para una España post-crisis" (CSO2012-39373-C04-02). També ha estat possible gràcies al finançament del Grup de Recerca Consolidat "Territori i Societat" de la Generalitat de Catalunya (2014 SGR 973). Agraïxo els comentaris i col·laboració del professor Joan Ganau en l'elaboració d'aquest article.

Resumen: *La imagen del territorio a partir de la televisión. La localización de las series de Televisió de Catalunya*

La imagen que genera un territorio entre el público se puede relacionar con múltiples factores. Por un lado se encuentra sujeta a la información obtenida a través de los sentidos y de la experiencia personal. Por otro lado se relaciona con imágenes preconcebidas que llegan por varios canales, entre ellos las series de televisión. Las series contribuyen a interiorizar estas imágenes preconcebidas. Pueden contribuir a hacer más cercanos algunos territorios, así como a crear ciertos vacíos alrededor de otras áreas. En muchos sentidos la aparición de un territorio en los medios de comunicación contribuye a prefigurar y condicionar la percepción personal de ese espacio. Nos centraremos en analizar las 21 series rodadas en exteriores que Televisió de Catalunya ha emitido entre los años 1994 y 2014. Los resultados muestran cómo estas series se han localizado en un espacio muy preciso, el área de Barcelona, dejando al margen un buen número de comarcas catalanas.

Palabras clave: identidad, televisión, imagen de ciudad, representación del espacio.

Abstract: *The Territory Image in television. The location of Catalan TV Series*

The construction of an image of a territory among the public could be related to multiple factors. On the one hand, to the information obtained from personal experiences through the senses. On the other hand to preconceive images that arrived from different sources and among them the TV series. TV contributes to interiorize these preconceive images. They contribute to make very familiar certain territories while creating certain territorial gaps around other areas. In many ways, the appearance of a territory in TV series contributes to prefigure and condition the personal perception of this space. In the following article we focus in analyzing twenty-one series shot on location that Television de Catalunya has broadcasted between 1994 and 2014. The results show how these series were located in a very precise space, Barcelona area, leaving aside an important number of Catalan regions.

Keywords: Identity, television, Image of a City, Representation of Space.

* * *

1. Els mitjans de comunicació com a productors d'imatge urbana

El paper dels mitjans de comunicació en la gestió de les marques –públiques i privades– ha adquirit un rol fonamental en la creació d'una determinada imatge d'una ciutat o un territori. Tot existeix a partir del moment en què es comunica. Els mitjans de comunicació són els que, a falta d'un contacte directe per part del gruix de la població amb una determinada realitat, la simplifiquen, la representen i la transmeten a un conjunt ampli de ciutadans (Boyle i Hughes, 1991). Certs autors fins i tot defensen que són directament els mitjans

de comunicació els que creen, difonen i consumeixen la imatge de la ciutat per tal d'assegurar-se un seguiment per part del públic (Falkenheim, 2006).

En aquest context, les estratègies tradicionals de difusió dels llocs, basades sobretot en la publicitat, han donat pas a noves estratègies. Una d'elles és la *publicity*. És a dir, l'aparició d'*inputs* als mitjans de comunicació sense que el protagonista d'aquests pagui directament al mitjà. Aquest tipus d'aparicions gaudeix d'un alt grau de credibilitat i d'uns costos relativament baixos en proporció a la difusió que s'obté, transformant-la en l'objecte de tots els desitjos (Gold i Ward, 1994). D'aquesta manera els mitjans de comunicació ajuden a difondre, publicitar i crear expectatives entorn a una imatge de ciutat i contribueixen, així, a diferenciar-la de la resta de ciutats. Les imatges s'iconifiquen. Cada dia es consagren imatges diferents al cinema, als documentals, les notícies o a internet, entre altres.

En aquest context de competició per aparèixer als mitjans de comunicació, les sèries televisives tenen un paper rellevant. Les sèries televisives tendeixen a crear vincles entre la realitat que apareix a la pantalla i l'espectador. Aquest fet s'ha traduït en una clara aposta per part de diverses marques comercials per aparèixer en aquest mitjà. Ara bé, l'interès de les marques no ha estat únic, perquè en la construcció de la trama argumental d'una sèrie influeixen aspectes diversos com per exemple la geografia, la proximitat cultural i temporal de la trama amb l'espectador, l'interès general del tema o l'estatus dels protagonistes (Chicharro Merayo, 2012, p. 213).

La necessitat de crear un context adequat ha donat lloc a un increment de les repercussions sobre l'espai que representa la sèrie. En aquest sentit, diversos estudis mostren les interrelacions existents entre sèries televisives i emocions, actituds, o sentiment de pertinença a un grup o indret (Brown, 2009; Buonanno, 1993; Porto, 2005; Tufte, 2000).

Les sèries televisives permeten una aparició constant (generalment diària o setmanal) en les televisions, fet que contribueix a fixar la imatge d'una ciutat o un territori en l'espectador. D'aquesta manera les imatges derivades de la presència d'una ciutat en una sèrie poden contribuir a situar la ciutat en un nou context, tot i que no sempre ho aconsegueixen. L'elecció de l'emplaçament d'una sèrie televisiva no resultarà neutre, perquè pot afavorir enormement el posicionament de la imatge d'una ciutat o territori: tant ressaltant els seus aspectes més positius com creant una imatge estereotipada.

En termes generals, quan parlem d'imatge urbana és necessari distingir, d'una banda, la imatge formada al llarg de la història, per la tradició local que el ciutadà adquireix a través dels processos de socialització o d'integració. Es tracta d'una imatge formada pel pòsit històric de moltes fonts: des de les descripcions dels viatgers fins a la historiografia o l'assagística local, tot passant per la literatura, el cinema o les diverses representacions artístiques (Ganau, 1998). D'altra banda, però, trobem un altre tipus d'imatge, més recent, que és on situaríem la imatge produïda de manera més intencionada per mitjans

com la publicitat i els mitjans de comunicació (Paül, 2009). En termes generals, darrere d'aquest tipus d'imatges hi ha interessos econòmics (directes o indirectes, públics o privats) que, tot i que no sempre tenen relació directa amb la projecció de la imatge de la ciutat, sí condicionen l'aspiració d'arribar al màxim volum de població possible.

En aquest sentit, la televisió és un dels mitjans de comunicació a través dels quals les imatges d'una ciutat o territori poden arribar amb més força a una població àmplia. Les sèries televisives donarien a l'audiència unes claus interpretatives relatives a un espai que poden ser utilitzades de forma afectiva o bé informativa (Chicharro Merayo, 2012, p. 212). La concreció d'aquest fet ha estat àmpliament constatat per diversos autors com per exemple Hottola (2012, p. 59) qui assenyala que els espanyols tenen una imatge estereotipada dels americans a causa, en bona mesura, de l'arribada massiva de sèries nord-americanes d'èxit. En certs casos es va més enllà i, com recullen Raento i Hottola tot citant diversos autors (Jenks, 1995; Postman; 1985; Urry, 1990): "la nostra comprensió i percepció del món està influenciada actualment de forma més forta per la televisió i altres mitjans audiovisuals, que no pas per l'educació proporcionada per les institucions" (Raento i Hottola 2005, p. 22).

Un exemple clàssic de repercussions d'una sèrie en la projecció d'un espai és el cas de l'anglesa *EastEnders*², que s'emet des del 1985 amb gran èxit d'audiència i que té com a escenari imaginari *Albert Square*. Es tracta d'un plató (del nord de Londres), que vol reproduir un barri obrer de l'est de la ciutat. En termes generals, l'èxit de la sèrie ha contribuït a canviar la imatge de la zona est de Londres i, indirectament, a l'èxit de l'operació desenvolupada als Docklands³ (Newland, 2008, p. 190). Així, gràcies a la imatge generada en la ficció, la sèrie ha jugat un paper important en la política urbana londinenca. Ha promocionat els barris situats a l'est de la ciutat, tot incloent en la ficció elements reals, com per exemple l'arribada del metro. Però també ha reflectit algunes de les tensions que s'hi produïen, tant en la trama argumental com en la realitat. Per exemple, en relació amb els moviments generats contra el procés de gentrificació que l'operació de renovació començava a generar en aquell sector de la ciutat.

Un altre exemple anglès de clara identificació d'una sèrie amb un espai el trobem a *Torchwood*. Es tracta d'una *spin-off* d'una de les sèries de més èxit de la BBC, *Doctor Who*. Totes dues sèries es roden actualment als platós de la BBC Cymru/Wales, a Cardiff. Ara bé, mentre l'acció de *Doctor Who* parteix, de forma habitual, de Londres, *Torchwood* es localitza prioritàriament a Cardiff. L'evolució de la localització de la sèrie i de la seva *spin-off* no és casual. De fet, com apuntàvem en el cas de *EastEnders*, *Doctor Who* torna a

2. Aquesta sèrie va ser emesa a Catalunya per TV3 amb el nom *Gent del Barri*.

3. L'operació dels Docklands fou una gran operació urbana de transformació de les antigues dàrsenes del port de Londres en oficines, comerços i espai residencial, a més de diverses dotacions de serveis i transports. L'operació s'inicià l'any 1981 i encara existeixen diversos projectes en marxa.

ser un exemple d'emplaçament físic de la ficció que no coincideix amb la realitat. Ara bé, a diferència d'*EastEnders*, que es roda en un plató, *Doctor Who* aprofita molts exteriors de Cardiff o del País de Gal·les en general, fent-los passar per localitzacions majoritàriament londinenques (Mills, 2008).

Aquesta situació no és una excepció. Són moltes les sèries que situen emplaçaments pròxims als platós de gravació en altres contextos, generalment espais del poder. Aquest és el cas de les localitzacions de la sèrie *Stargate SG-1*. Rodada a Vancouver (Canadà), transformen, per exemple, la Vancouver Art Gallery en un edifici administratiu de les forces aèries nord-americanes. De fet, es habitual que en diverses sèries que no tenen una localització predefinida els espectadors assumeixin que les històries passen a la capital del país. En aquests casos, el centre de la capital esdevé la localització per defecte. Aquest aspecte és habitual en els mitjans de comunicació britànics (Crisell, 2006, p. 144). El mateix es pot dir d'altres contextos, com l'espanyol, on és habitual que, malgrat que generalment no s'especifiqui l'indret de localització de la sèrie, el telespectador assumeixi que transcorre a Madrid. Sèries com, per exemple, la històrica *Farmacia de Guardia* o la més recent *La que se avecina* juguen amb aquesta ambigüitat.

2.- Les sèries de ficció emeses per Televisió de Catalunya

Les sèries televisives són un gènere difícil de delimitar per la flexibilitat de la fórmula i l'evolució constant que experimenta. En línies generals, Televisió de Catalunya ha emès al llarg de la seva història un bon nombre de sèries, amb temàtiques, formats, durada i ambicions diverses. Per tal d'analitzar les repercussions que aquestes sèries podien tenir a nivell de territori es va decidir limitar l'estudi a aquelles sèries on es visualitzés, de forma efectiva, algun espai del territori de Catalunya. Per aquest motiu en el present treball analitzarem un conjunt de sèries, totes elles de ficció, emeses per Televisió de Catalunya des dels seus inicis fins al començament de la temporada d'estiu de l'any 2014. Concretament, els criteris que hem seguit per a l'elecció de les sèries objecte d'estudi han estat els següents:

- Produccions pròpies de Televisió de Catalunya o coproduccions de Televisió de Catalunya amb altres empreses.
- Emissions seriades d'un mínim de 6 capítols.
- Sèries en què una part rellevant de les produccions tinguessin lloc en exteriors.⁴

4. S'entén per exteriors aquelles sèries rodades fora de plató. S'ha descartat, per tant, sèries que representessin espais de la vida quotidiana, però que estiguessin rodades en plató. Un exemple seria la sèrie *Estació d'enllaç*. Malgrat reproduir una estació fictícia, el rodatge es feia en plató. També s'han desestimat aquelles sèries que només es rodaven fora de plató en episodis puntuals, com per exemple *Plats Bruts* o aquelles on, malgrat referències evidents a l'entorn on se situaria l'acció, el rodatge es fes majoritàriament en platós, com per exemple *Lo Cartanyà*.

Un cop realitzat aquest filtre es va sol·licitar al Servei d'Atenció a l'Espectador i l'Oient de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals informació sobre les sèries emeses per Televisió de Catalunya que responguessin a aquest criteri.⁵ La resposta va ser el llistat que s'enumera en la taula 1.

Taula 1. Sèries de Televisió de Catalunya rodades en exteriors

Nom	Any	Població
Poble Nou	1994	Barcelona (Poblenou)
Secrets de família	1995	Girona
Pedralbes Centre	1995	Barcelona (Pedralbes Centre)
La Rosa	1995	Manresa
Nissaga de poder	1996-1998	el Penedès (Sant Sadurní i Vilafranca del Penedès)
Sitges	1996	Sitges
Dones d'aigua	1997	Montbrió del Camp (Hotel Termes Montbrió)
Laberint d'ombres	1998-1999	Sabadell
El cor de la ciutat	2000-2009	Barcelona (Sant Andreu i Sants)
Temps de silenci	2001-2002	Barcelona
16 dobles	2002-2003	Barcelona
Ventdelplà	2005-2010	Breda
Àngels i Sants	2006	Barcelona
Mar de fons	2006-2007	Barcelona (World Trade Center)
Zoo	2008	Barcelona
Infidels	2009-2011	Barcelona
La Riera	2010-...	Maresme (Sant Pol de Mar, Arenys de Mar i Mataró)
Polseres Vermelles	2011-...	Barcelona i centre mèdic del Maresme
Gran Nord	2012-2013	Pallars
KMM	2012-...	Barcelona
39+1	2014	Barcelona

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Servei d'Atenció a l'Espectador i l'Oient de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

Un cop elaborada la llista de les sèries en les quals les ciutats o territoris de Catalunya apareixien de forma rellevant, es va procedir a aplegar informació que permetés identificar els motius d'aquella localització. Amb aquest objectiu es van recopilar diverses notes de premsa de la pròpia Televisió de Catalunya, així com informació en la premsa escrita, i es va entrevistar alguns dels respon-

5. La resposta de Televisió de Catalunya inclogué també la sèrie *De moda*, emesa l'any 2004 amb guió d'Ignasi Rubio. No l'hem inclosa en la recerca ja que va ser una producció conjunta de la Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònoms (FORTA), el que la diferencia de les altres sèries. En la sèrie, malgrat que el rodatge es desenvolupés íntegrament a Barcelona, la ciutat no aparegué com a tal, sinó que es va buscar una ambientació que pogués coincidir amb qualsevol gran ciutat espanyola. Per tant les repercussions en termes d'imatge van ser limitades.

sables de l'elecció dels emplaçaments de les sèries aleshores en antena.⁶ A continuació presentarem breument cadascuna de les sèries, tot posant especial atenció en els aspectes relacionats amb la seva localització.

Poblenou

Poblenou és considerada com la primera sèrie d'emissió diària produïda a Espanya. Com recull Castelló (2005, p. 263), la decisió de localitzar la primera sèrie de TV3 a Barcelona no va generar excessiu debat; a Oleguer Sarsanedas (cap de programes de TV3 entre 1989-1995) "li semblà obvi que la primera realitat que s'havia d'eleva a ficció era la de Barcelona, encara que després s'havia d'anar ensenyant diversos llocs".

Emesa amb gran èxit l'any 1994, està ambientada al barri barceloní del Poblenou. L'argument de la sèrie es basava en una història de Josep Maria Benet i Jornet, i formalment i per continguts s'inspirava en sèries com la britànica *EastEnders* o l'australiana *Neighbours*.⁷ De fet, com en el cas d'*EastEnders*, l'acció catalana també es desenvolupa en un barri que en aquells moments, un cop finalitzats els Jocs Olímpics, havia experimentat un procés de renovació urbana i es trobava, no sense problemes, en ple procés d'ocupació de la Vila Olímpica per part de nous veïns.

Secrets de família

Substituta de *Poblenou* i emesa durant l'any 1995, la sèrie, basada en una història de Maria Mercè Roca, se centra a Girona, concretament al barri de Sant Narcís. Castelló (2005, p. 372) recull a partir d'entrevistes fetes als responsables de la sèrie que a *Secrets de família* no hi va haver compensacions econòmiques per localitzar la sèrie a la ciutat, tot i que sí que hi va haver contactes amb l'alcalde de Girona (Joaquim Nadal) per agilitzar els permisos de gravació. En tot cas, aquesta és la primera sèrie en la qual es planteja una difusió directa dels atractius d'una ciutat amb finalitats turístiques, sobretot a través de les vistes generals dels elements més coneguts de la ciutat, com els ponts de l'Onyar. També es buscà mostrar el caràcter local, amb la participació d'actors capaços d'adaptar-se a l'accent gironí.

Pedralbes Centre

A diferència de les sèries anteriors, *Pedralbes Centre* no es desenvolupava en un barri, sinó que ho feia al centre comercial del mateix nom, situat a la Diagonal de Barcelona. Es tracta d'una sèrie setmanal, creada novament per Josep Maria Benet i Jornet. La principal novetat de la sèrie és que el propi centre comercial assumia al voltant del 50% del cost de la sèrie (entorn als 360.000 €)

6. Concretament es va entrevistar a Jordi Serra, cap de programes de Televisió de Catalunya, i Carles Gené, director de Veranda TV, productor de la sèrie *Gran Nord*.

7. Emesa a Catalunya a través de TV3 amb el nom de *Veïns*.

i ho feia perquè considerava que la sèrie era una bona idea per “vendre un indret” (*la Vanguardia*, 20/04/1995). Aquest fet limitava l’aparició de la trama urbana, però és un bon exemple de l’èxit que havien assolit les sèries de Televisió de Catalunya com a element de difusió dels destins. De fet, com es veurà amb altres sèries, diversos ajuntaments van seguir una estratègia de patrocini similar per promoure les respectives ciutats mitjançant sèries de televisió.

La Rosa

Es tracta d’una continuació de *Poblenou* on la protagonista, la Rosa, es desplaça des de Barcelona a Manresa. Es tractava d’una sèrie setmanal, de Josep Maria Benet i Jornet, i que s’emeté entre 1995 i 1996 (amb els noms de *La Rosa*; *Rosa, punt i a part* i *Rosa, la lluita*). En aquesta sèrie, la col·laboració de les diverses administracions i empreses del territori va ser clarament visible. Tal com especificava un titular de *La Vanguardia* (28/08/1995): “La capital del Bages se vuelca en los preparativos del rodaje de la serie *Rosa* para TV3”. De fet, en un primer moment es va anunciar que el rodatge de la sèrie coincidiria amb la celebració de la festa major.

La visibilitat de Manresa en la sèrie és clara: cortinetes, localització d’exterior, participació d’artistes locals i patrocini econòmic de la sèrie: la ciutat hauria aportat uns 180.000 €. De fet, *La Vanguardia* assenyala que aquesta aportació econòmica, realitzada principalment per la Unió de Botiguers i Comercials, la Cambra de Comerç i la Caixa d’Estalvis de Manresa, hauria estat decisiva en l’elecció de la capital del Bages com a emplaçament de *La Rosa* (28/08/1995).

Nissaga de poder

En aquesta nova sèrie, la presència del territori ja és una constant. La sèrie s’ambienta genèricament al Penedès i concretament al poble de Santa Eulàlia del Penedès, topònim fictici per a unes localitzacions rodades, majoritàriament, a Santa Fe del Penedès. Obra de Josep Maria Benet i Jornet, recollia les desventures d’una família de viticultors.

La sèrie ja va néixer amb gran expectativa, fins al punt que la seva estrena va aparèixer a la portada de *La Vanguardia* (25/01/1996). De fet, *Nissaga de poder* va marcar diverses fites en les sèries de Televisió de Catalunya. Va ser la sèrie més llarga realitzada fins llavors (476 capítols entre 1996 i 1998, i una continuació setmanal durant l’any 1999) i va batre diversos rècords d’audiència. Un altre rècord va ser el del patrocini extern: 420.000 € aportats pel Consell regulador del Cava, el Consell Regulador de la Denominació d’Origen Penedès i l’Ajuntament de Vilafranca del Penedès (*La Vanguardia*, 19/12/1996). A canvi d’aquesta aportació, existia una comissió que vetllava per la bona imatge del Penedès en la sèrie i els responsables de la sèrie es comprometien a rodar diferents escenes en vinyes i cellers. Les repercussions de la sèrie es van consi-

derar importants per al territori, on fins i tot es va organitzar una ruta turística pels diversos espais de la sèrie.

Sitges

Sèrie setmanal emesa els anys 1996 i 1997 i ideada per Joan Cortés, tenia la seva localització a la ciutat del Garraf que dona nom a la sèrie. Els orígens de *Sitges* són curiosos. L'ajuntament de la ciutat va prendre la iniciativa de contactar amb Televisió de Catalunya amb la idea inicial d'aparèixer a *Nissaga de Poder*, però va acabar protagonitzant una nova sèrie, que substituïa la manresana *La Rosa* (la *Vanguardia*, 07/06/1996).⁸

Dones d'aigua

Sèrie setmanal que es va emetre entre 1997 i 1998, i va ser obra de Carme Riera. La localització era majoritàriament en terres tarragonines: Reus, Montbrió del Camp, Tarragona i Port Aventura. És interessant assenyalar que una de les raons per les quals la sèrie es localitza en aquest espai és, precisament, una voluntat d'equilibri territorial en les sèries de ficció de Televisió de Catalunya, que fins aquell moment no havien tingut lloc al Camp de Tarragona (Castelló, 2005, p. 400). La sèrie va tenir la coproducció de les Termes de Montbrió del Camp, que havien entrat en funcionament un any abans. L'alcalde de la localitat considera que la sèrie havia tingut unes repercussions molt positives a nivell d'imatge i que hauria generat 7'8 milions d'euros d'inversions per al municipi (la *Vanguardia*, 16/10/1997).

Laberint d'ombres

Com en la majoria de sèries diàries, la idea és obra de Josep Maria Benet i Jornet, amb la col·laboració d'Andreu Martín. La sèrie va seguir a *Nissaga de Poder* i es va emetre entre 1998 i 2000. Segons Benet i Jornet, l'ambientació de la sèrie a Sabadell va venir motivada per l'acord que l'Ajuntament va firmar amb Televisió de Catalunya amb l'objectiu d'oferir "una imatge de Sabadell com a ciutat dinàmica, capital econòmica, financera i industrial" (Castelló, 2003, p. 405). No tenim constància de la quantia d'aquest acord, però sí que hem constatat que, per exemple, el Col·legi Oficial Agents Comercials de Sabadell i Demarcació va aprovar destinar, l'any 1998, 3.000 € al rodatge de la sèrie.⁹

Concretament la localització de la sèrie es va centrar en l'Eix Macià i el CIM Vallès. Dos espais que estaven en aquells moments en ple desenvolupament, motiu pel qual la sèrie, novament, juga un paper important de promoció d'una actuació bàsicament immobiliària. L'Eix Macià s'estava desenvolupant entorn al Parc Catalunya (inaugurat l'any 1992) i s'ultimava la inauguració de la Tor-

8. A partir d'aquesta data només hem trobat constància puntual de les aportacions que les administracions i empreses han realitzat per aconseguir el rodatge de les diverses sèries, pel que no podem apuntar quina subvenció va atorgar l'Ajuntament de Sitges.

9. <http://www.coacsabadell.cat/informacion/historial/index.php> (consultada el 20/05/2014).

re Millenium (2003). El CIM Vallès, per la seva banda, havia entrat en funcionament l'any 1997.

El cor de la ciutat

Aquesta ha estat la sèrie més llarga produïda per Televisió de Catalunya; es van emetre 1.906 episodis entre els anys 2000 i 2009 i va tenir un gran èxit d'audiència. La idea original era d'un equip format per Lluís Arcarazo, Jordi Galceran i Enric Gomà. La localització de la sèrie es va centrar inicialment al districte barceloní de Sant Andreu per passar posteriorment, de forma temporal, al barri de Sants i acabar, de nou, a Sant Andreu. Un fet curiós és que inicialment la sèrie s'havia d'anomenar *Raval* i rodar-se en aquest espai, però per raons relacionades amb aspectes de la producció es va decidir canviar la localització (Castelló, 2003, p. 426). No podem deixar de cavil·lar quins efectes hauria pogut tenir sobre el central barri barceloní la realització de la sèrie en els termes inicialment previstos.

La sèrie va ser un intent de recuperar "l'atmosfera quotidiana" de Poblenou (*La Vanguardia*, 08/09/2000) i per fer-ho, novament, se situa l'acció en una zona on s'estava desenvolupant una gran transformació urbana: el nord-est de Barcelona. No hem de passar per alt que la sèrie coincideix amb operacions com el Fòrum Universal de les Cultures del 2004 o l'estació de Sagrera d'alta velocitat, que inicialment es preveia que estès operativa també l'any 2004.

La sèrie mostra diverses imatges del nucli històric de Sant Andreu, especialment l'església i els carrers de vianants del seu entorn, tant en la careta d'entrada, com en les cortinetes i el desenvolupament de les diverses escenes. No es té constància que hagi existit cap contrapartida per part de l'Ajuntament de Barcelona.

Temps de silenci – 16 dobles

La sèrie *Temps de silenci* i la seva *spin-off*, *16 dobles*, es va emetre entre 2001 i 2002, la primera, i entre 2002 i 2003, la segona. Sota un guió original de Rodolf Sirera, Enric Gomà i Gisela Pou. Es tractava d'una sèrie històrica, ambientada entre 1935 i 1981, en la qual la majoria d'escenaris corresponien a Barcelona. La característica de sèrie amb ambientació històrica fa que les repercussions que es van generar a nivell d'imatge fossin limitades.

Ventdelplà

Ventdelplà es va emetre, de forma setmanal i amb gran èxit, entre els anys 2005 i 2010. L'obra estava escrita inicialment per Josep Maria Benet i Jornet. L'acció se situava, com en el cas de *Nissaga de Poder*, en un poble imaginari, Ventdelplà, en realitat el poble de Breda (la Selva), que hi apareix perfectament reconeixible. A més, per les escenes que en la ficció es desenvolupaven en ciu-

tats grans (generalment se sobreentenia que Barcelona), els exteriors es van rodar a Sant Celoni.

La trama de *Ventdelplà* buscava, fins a un cert punt, exposar una doble visió de com les persones de ciutat encaixen en el medi rural i com el medi rural acull aquests nous habitants. En paraules de Benet i Jornet es tractava “que se sentin identificats amb la sèrie tant els que viuen a les ciutats com els que viuen al camp” (*La Vanguardia*, 11/05/2005). Quant a repercussions, la sèrie va permetre afirmar: “La nostra vila s’ha convertit en la més mediàtica de Catalunya, la qual cosa ha revertit en l’arribada de turistes, amb l’activitat econòmica que això genera” (*L’econòmic*, 28/04/2010). De fet, l’any 2014 encara es podia trobar al web de l’Ajuntament de Breda el plànol de la *Ruta Ventdelplà*¹⁰ i alguna casa rural de la zona es promociona amb un “Ventdelplà en la ficció, podreu descobrir la postmodernitat a Breda. Diferenciareu la realitat de la ficció o la ficció de la realitat”.¹¹

Àngels i sants

Sèrie basada en una idea de Francesc Bellmunt i emesa l’any 2006, es tractava d’una minisèrie policíaca que es presentava com un producte d’una gran qualitat; va ser la primera sèrie de Televisió de Catalunya rodada en suport cinematogràfic. La majoria d’exteriors es van rodar a Barcelona, per exemple a la recentment recuperada zona Fòrum. Ara bé, podem considerar que aquesta sèrie realment no aspirava a la difusió d’un territori, sinó que es plantejava com un element de prestigi dels Mossos d’Esquadra, que en aquell moment acabaven d’assumir les competències de seguretat a la ciutat de Barcelona. De fet, la Conselleria d’interior de la Generalitat de Catalunya va donar suport a la sèrie.

Mar de fons

Mar de fons es va emetre els anys 2006 i 2007, a partir d’una idea dels autors Rodolf Sirera, Josep Maria Benet i Jornet, i David Castillo. La sèrie té certes similituds amb *Pedralbes Centre*, ja que es desenvolupa majoritàriament al World Trade Center del Port de Barcelona. Inaugurat l’any 1999, aquest espai mai ha acabat de ser popular entre el públic barceloní, per la qual cosa es volia popularitzar.

Zoo

Aquesta sèrie, emesa l’any 2008, va ser creada per Josep Maria Benet i Jornet i Pere Riera. L’ambientació de la sèrie era, com indica el títol, el zoo de Barcelona. Inicialment es preveia que tingués una durada de 52 capítols, però el seu escàs èxit va fer que finalment fossin únicament 29. Per tant, les seves repercussions en termes d’imatge van ser limitades.

10. <http://www.breda.cat/ventdelpla.aspx> (consultada el 12/05/2014)

11. <http://www.calamarina.cat/ventdelpla.php> (consultada el 12/05/2014)

Infidels

Infidels es va emetre entre els anys 2009 i 2011. El guió original era de Laia Aguilar, Eva Baeza, Javier Olivares i Núria Parera. La sèrie va tenir una repercussió important a Internet, que contrastava amb uns resultats modestos en les audiències de televisió. El pes de l'acció de la sèrie es desenvolupava al plató, per la qual cosa les repercussions generades a nivell d'imatge del territori van ser limitades. Tot i això, la sèrie tenia diverses localitzacions exteriors, principalment al centre de Barcelona ciutat i a les diverses ciutats de l'àrea metropolitana, com ara Sant Cugat o el Prat de Llobregat.

La Riera

La Riera és, de moment, l'última telesèrie d'emissió diària realitzada per Televisió de Catalunya. Amb idea original de David Plana, la sèrie es va començar a emetre l'any 2010 i, en iniciar la pausa estiuenca de l'any 2014, s'havien emès 939 capítols i estava programada una nova temporada, la qual cosa la durà a superar el miler de capítols. La sèrie s'ambienta "en un poble de la costa, no gaire lluny de Barcelona", ¹² Sant Climent. Novament, un topònim fictici. Ara bé, aquest cop l'emplaçament real no correspon a un sol nucli, sinó que es roden exteriors a diversos espais, principalment a Sant Pol, Arenys de Mar i Mataró.

A canvi d'acollir el rodatge de la sèrie al seu territori, el Consell Comarcal del Maresme i l'Ajuntament de Mataró col·laboren activament amb Televisió de Catalunya. L'element més visible d'aquesta col·laboració ha estat la contractació d'un tècnic de comunicació audiovisual per tal de facilitar les gestions per a trobar localitzacions exteriors de la sèrie. La seva missió tenia com a objectiu: "donar a conèixer millor la ciutat i el Maresme, volem que hi hagi picades d'ullet entre la ficció i la realitat" (Sergi Penedès, president de l'Institut Municipal d'Acció Cultural de Mataró). ¹³ El cost d'aquesta persona, que financen a mitges el Consell Comarcal i l'Ajuntament de Mataró, és d'uns 36.000 € l'any, segons recullen els pressupostos del Consell Comarcal del 2010 i el 2011.

La sèrie gira a l'entorn d'una família que regenta un restaurant. De fet, la gastronomia és molt present a la sèrie i alguns dels elements que hi apareixen s'han començat a comercialitzar. Aquest és el cas, per exemple, de "les estrelles de la Riera", que el gremi de pastisseria de Barcelona i província està difonent. Igualment, el Consell Comarcal del Maresme i el Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme creen una "Ruta de la Riera", per a potenciar els atractius gastronòmics, culturals i paisatgístics del Maresme. ¹⁴

També cal destacar que el fil argumental de la sèrie coincideix amb els objectius que el Pla Estratègic Maresme 2015 es marcava a nivell turístic. De fet,

12. www.tv3.cat/lariera/la_serie (consultada el 10/11/2013)

13. <http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/13-comunicacio/20-comunicacio/81911-mataro-i-el-consell-comarcal-contractaran-una-persona-que-ajudi-tv3-a-trobar-localitzacions-per-al-nou-serial.html> (consultada el 10/08/2013)

14. <http://www.maresme.cat/callarutadelariera.html> (consultada el 02/07/2013)

únicament van transcórrer dos anys entre la publicació del Pla i la negociació per obtenir la sèrie. A mode d'exemple, el Pla apuntava que calia mostrar la proximitat del Maresme a Barcelona, ensenyar-lo com un lloc per viure i treballar i diversificar el turisme tot creant productes culturals que promoguessin l'excel·lència. Així, de forma molt il·lustrativa, s'esmenta la gastronomia a títol d'exemple (*maresme2015.net*). Tots aquells aspectes són àmpliament representats a *la Riera*.

Polseres vermelles

Polseres vermelles és una sèrie de gran èxit i una de les poques que s'han venut a l'estranger. Emesa per primer cop l'any 2011, la sèrie ha tingut una segona temporada i se n'espera una tercera. Parteix d'una idea original d'Albert Espinosa i es desenvolupa a Barcelona i Cabriels (Maresme). Per la pròpia temàtica de la sèrie, un grup de nens i nenes hospitalitzats, els exteriors tenen un rol limitat. La coincidència al Maresme de *Polseres Vermelles* i *la Riera* no és casual, ja que s'aprofitaren algunes estructures de la sèrie diària per la nova sèrie.

Kubala Moreno Manchon (KMM)

Sèrie policíaca basada en una idea original de Javier Olivares i Anaïs Schaff, i produïda per Diagonal TV, ha gaudit de bastant d'èxit en les seves tres temporades. La majoria de localitzacions són, voluntàriament, a Barcelona. De fet, es destaca que es va voler donar a Barcelona un paper de "gran protagonista de la sèrie [...] mostrant una ciutat moderna i viva, dinamitzadora de la pròpia sèrie".¹⁵ A títol d'exemple "l'agència [de detectius] és a la via Laietana; en Kubala viu a Fort Pienc; en Moreno, a la Ribera, i la Manchón, a Santaló".¹⁶

Gran Nord

Comèdia produïda per Veranda TV sobre la base d'una idea de Carles Gené. La sèrie va tenir dues temporades i presenta algunes peculiaritats respecte a les anteriors. La principal és la localització, clarament la més allunyada de Barcelona que ha realitzat Televisió de Catalunya. L'altra peculiaritat era el gran nombre d'escenes d'exterior, fins a un 40% del metratge, que feien que els paisatges del Pallars tinguessin un paper protagonista, especialment les dues localitats on se situava l'acció: Nord (Sorre en la realitat) i Fogony (Sort). La sèrie recull les peripècies d'una agent dels Mossos d'Esquadra que significativament, "fica la pota i el seu cap la degrada i la destina al Gran Nord, una vall poc coneguda dels Pirineus".¹⁷

15. Javier Olivares, cocreador de la sèrie a <http://guionistasvulc.wordpress.com/2012/04/13/kubala-moreno-i-manchon-historia-de-una-serie/> (consultada el 15/07/2014)

16. Paraules del director de la sèrie, Kiko Ruiz, en la presentació de la sèrie, a <http://www.tv3.cat/actualitat/328820/TV3-rod-a-Kubala-Moreno-i-Manchon> (consultada el 17/09/2014)

17. <http://www.tv3.cat/grannord/la-serie> (consultada el 18/06/2013)

La decisió de rodar la sèrie en aquests paratges es va deure, en bona mesura, a la voluntat de Televisió de Catalunya i de Veranda TV de rodar en espais que fins aquell moment havien quedat al marge en les sèries emeses. Com apuntava el diari *Ara* “TV3 surt de la ciutat per descobrir *Gran Nord*” (*Ara*, 03/05/2012). Per aquest motiu es van cuidar especialment les relacions amb el Pallars, amb una preestrena a Sort i es va procurar incorporar especificitats del llenguatge de la zona. El Parc Natural de l'Alt Pirineu va oferir suport logístic i assessorament tècnic d'algunes localitzacions. Tot i aquesta esforç, la sèrie va generar diverses polèmiques pel tractament que es donava als habitants o per l'accent que utilitzava la sèrie.¹⁸ Més enllà de la polèmica, la sèrie va generar alguns productes turístics, com per exemple la ruta “Escenaris del Gran Nord. Paisatges de pel·lícula”.

39+1

Última de les sèries analitzades, es tracta d'una producció de tretze capítols de Diagonal TV. Inspirada en el llibre del mateix títol de l'escriptora Sílvia Soler, la sèrie relata les vivències d'una dona a punt de complir els 40 anys. Rodada en platós de Sant Just Desvern, la majoria d'exterior es corresponen, novament, a una zona en procés de transformació urbana: el 22@ i la zona del Poblenou. En aquest sentit, resulta il·lustratiu que aquesta última sèrie reprengui, vint anys després, la mateixa localització que la primera sèrie analitzada: *Poblenou*. Un cercle que mostra algunes de les repeticions que es poden observar en les sèries desenvolupades per Televisió de Catalunya, que analitzarem tot seguit.

3.- Principals tendències en la localització de les sèries

Si cartografiem la localització de les sèries analitzades en l'apartat anterior, tal com recull la figura 1, podem observar que la majoria de sèries de Televisió de Catalunya tendeixen a localitzar-se a Barcelona ciutat (12 sèries, el 57%). És més, quan la localització no era la pròpia capital ho era el seu entorn immediat. Així, unes altres 6 sèries (29%) es desenvolupen a menys de 50 km de Barcelona. Només tres sèries (14%), és a dir, *Secrets de família* (Girona), *Dones d'Aigua* (Montbrió del Camp) i *Gran Nord* (Pallars), han mostrat espais de fora d'aquesta corona metropolitana, amb el matís important que *Dones d'Aigua* es desenvolupava en un balneari que finançava part del rodatge. Aquesta situació ha significat que espais com per exemple la plana de Lleida o les Terres de l'Ebre no hagin aparegut en les sèries de Televisió de Catalunya (tot i que sí hi són en altres productes de ficció, que no estudiem aquí).

18. De la majoria de les crítiques se'n va fer ressò *El Periódico de Catalunya*. Un bon exemple n'és l'article “Natres no som així” (<http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/print-1761611.shtml>; consultat el 20/05/2014). Les crítiques, però, van arribar fins i tot al Parlament, amb una pregunta de la diputada Marta Alòs al director de Televisió de Catalunya el 20 de juliol de 2012 i una altra de la diputada Mònica Lafuente al Conseller d'Agricultura, resposta el 28 agost 2012.

Figura 1. Distribució de les sèries rodades en exteriors emeses per Televisió de Catalunya (1994-2014)



1 Poble Nou, 2 Secrets de família, 3 Pedralbes Centre, 4 La Rosa, 5 Nissaga de poder, 6 Sitges, 7 Dones d'aigua, 8 Laberint d'ombres, 9 El cor de la ciutat, 10 Temps de silenci, 11 16 dobles, 12 Ventdelplà, 13 Àngels i Sants, 14 Mar de fons, 15 Zoo, 16 Infidels, 17 La Riera, 18 Polseres Vermelles, 19 KMM, 20 Gran Nord, 21 39+1

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del Servei d'Atenció a l'Espectador i l'Oient de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

No sembla que hi hagi un patró únic en la distribució de les diverses sèries, però sí que les decisions preses al llarg de dues dècades permeten observar certes repeticions dels esquemes. En alguns casos existeixen condicionants objectius que porten a elegir una localització. En altres casos, les causes són més subjectives.

Entre les causes objectives podem citar les pròpies necessitats del rodatge. La majoria de sèries es filmen en platós de Barcelona, amb actors i actrius que viuen i treballen generalment a Barcelona. Això fa que el temps de desplaçament sigui un element important a l'hora de plantejar una gravació. Com apuntava Jordi Roure, cap de dramàtics de TV3, "Normalment no arribem més enllà de 50 quilòmetres de Barcelona. El que queda fora d'aquesta zona

ho cobrim amb minisèries o telefilms, perquè és molt car”.¹⁹ A aquest fet cal afegir que la producció d’una sèrie acostuma a obeir a unes cadències bastant pautades, raó per la qual els climes rigorosos de l’interior o dels Pirineus podrien afectar el rodatge. Ara bé, si ciutats com Vancouver, al Canadà, han aconseguit transformar-se en un referent de la producció de sèries nord-americanes, no sembla que la distància o el clima siguin barreres infranquejables per descartar rodar en determinats espais de Catalunya.

Un segon aspecte és el grau en què s’involucra el món local. Com hem vist, en la majoria de localitzacions el suport i la participació de les administracions locals és un fet. Per tant, es pot al·legar que determinats territoris catalans no tindrien interès per acollir aquest tipus de gravacions. Un argument que aniria en aquesta línia seria el fet que dels vuitanta-sis adherits a la Barcelona/Catalunya Film Commission,²⁰ només un és a les Terres de l’Ebre (Tortosa) i tres a les comarques de Lleida (Lleida, Tornabous i Alòs de Balaguer). Un fet especialment il·lustratiu si es té present que l’adhesió només requereix de facilitar un contacte i una sèrie de fotografies. Ara bé, aquest element tampoc sembla un factor decisiu, atès que Televisió de Catalunya ha ambientat *La Riera* a Sant Pol de Mar, que no participa a la xarxa.

Per tant, podem apuntar que no seran raons tècniques les úniques que decantaran el rodatge d’una sèrie cap a un determinat espai. Més aviat considerem que són elements relacionats amb la imatge preexistent de la zona els que condicionen l’elecció d’un emplaçament. És a dir, tal com apunta Chicharro Merayo (2012), les televisions tendeixen a prioritzar en les seves sèries les situacions pròximes i conegudes per l’audiència. Televisió de Catalunya aplicaria aquesta mateixa estratègia: tot prioritzaria les localitzacions en aquells espais que resulten més propers a la població de l’àrea metropolitana de Barcelona.

Quedaria, no obstant, la justificació de les tres localitzacions de fora de l’àrea de Barcelona. Una, Montbrió del Camp, s’explica per la participació activa de les Termes en el procés de rodatge. Les altres dues localitzacions, Girona i el Pallars, comparteixen un mateix element: les vinculacions personals dels responsables de la idea original de les sèries *Secrets de Família* i *Gran Nord*—Maria Mercè Roca i Carles Gené, respectivament— amb els territoris que apareixen en les sèries. Unes vinculacions que, a més, són compartides per un bon nombre de ciutadans de Catalunya. Girona, sobretot el seu centre històric entorn de la catedral i l’Onyar, és molt probablement una de les imatges més reconegudes de Catalunya. El mateix podem dir dels Pirineus. Novament, les vinculacions personals o emocionals amb els territoris servirien per a justificar el rodatge en certs indrets.

19. Ara 03/05/2012

20. <http://www.bcnatfilmcommission.com/> (consultat el 14/07/2014)

4. Unes localitzacions que reforcen la imatge existent del territori

Com hem apuntat, les diverses sèries emeses per Televisió de Catalunya tendrien a consolidar imatges ja existents en l'imaginari col·lectiu, més que no pas a buscar la creació de noves imatges. Aquest fet és especialment rellevant si tenim present que per mitjans i audiències, només Televisió de Catalunya té capacitat d'influir en la creació de noves imatges per al conjunt de Catalunya. Malgrat alguna experiència puntual realitzada per televisions locals, l'escassa capacitat d'aquestes televisions en termes de producció i difusió fa que no puguin jugar un paper rellevant a nivell del conjunt de Catalunya. El mateix es pot dir de les televisions d'àmbit espanyol, que excepte en alguns casos puntuals –com *Doctor Mateo*, sèrie clarament ambientada a Galícia–, acostumen a defugir una localització clara per situar-se en una ambigüitat que sovint acaba remetent a Madrid. Aquesta situació comporta que a la pràctica, Televisió de Catalunya sigui l'única cadena capaç de crear nous referents en termes d'imatge de Catalunya.

L'aparició d'un territori a la televisió ajuda a crear familiaritat amb aquell entorn i a vendre una imatge de qualitat, a més d'augmentar l'autoestima dels propis habitants, que veuen els seus espais quotidians a la televisió (Mills, 2008). En definitiva, actualment els mitjans de comunicació en general i la televisió en particular es pot considerar com un element molt poderós de creació d'imatges del territori i de condicionament i homogeneïtzació de la seva percepció. En aquest context, tal com hem apuntat, és indubtable que les sèries participen d'aquesta creació d'imatge.

L'elecció de les localitzacions de les diverses sèries, a més, permet impulsar iniciatives que poden anar des d'actuacions urbanístiques o econòmiques fins a iniciatives turístiques que poden resultar beneficioses per a l'economia o l'autoestima del territori. Aquest fet es pot veure com un element positiu, sempre que no es perdi de vista els límits entre la realitat i la ficció de tal manera que comporti un procés de planificació basat en la ficció (Ganau, 1998). Un fet que tanmateix no hem detectat a Catalunya, perquè tot sovint les sèries intervenen quan la planificació de l'espai ja està realitzada, per exemple en els casos citats del Poblenou, l'Eix Macià o la zona Fòrum.

Igualment, l'emissió de determinades sèries també ha permès impulsar turísticament alguns espais (Penedès, Maresme o Breda). En línies generals, s'han intentat crear nous productes (viticultura al Penedès o gastronomia al Maresme), que permetessin anar més enllà dels productes ja consolidats. En aquest sentit, les repercussions de les sèries es poden veure com a positives, perquè han contribuït a diversificar els productes turístics. Ara bé, generalment les repercussions turístiques només es donen entre el públic català, perquè l'escassa projecció exterior de la majoria de sèries que hem analitzat impedeix uns impactes més amplis, per exemple, entre el turisme internacional.

Un darrer aspecte que hem de comentar és la imatge generalment homogeneïtzada que ofereix la majoria de sèries. La ciutat o el territori on transcorre l'acció tendeix a aparèixer com una realitat sense matisos que, en darrera instància, és una imatge que coincideix amb la socialment acceptada per la majoria de ciutadans. Un fet que, si bé pot reforçar algunes percepcions en coincidir amb la imatge a priori que en té el telespectador, també pot generar alguns desenganys en el moment de la visita sobre el terreny. Un aspecte bastant habitual i que, en aquest cas, demanaria una feina complementària des de les respectives oficines de turisme de les àrees implicades.

Per tant, podem concloure que les sèries de Televisió de Catalunya arrisquen poc en la creació de noves imatges territorials i tendeixen a apostar per imatges conegudes i reconegudes pel públic potencial. Una aposta que acaba reforçant la imatge de certes àrees, especialment la ciutat de Barcelona, mentre que es té dificultats per a visualitzar altres espais.

Les repercussions que una sèrie pot tenir sobre un determinat àmbit poden ser molt positives. Ara bé, no s'ha de perdre de vista que estem parlant d'una ficció. A més, donat el caràcter nacional de Televisió de Catalunya, seria desitjable una major representació del conjunt del territori. La concentració de les diverses produccions en aquells àmbits més propers a Barcelona, superior al 85%, genera que els beneficis potencials quedin molts restringits a aquest únic espai, quan podrien generar un efecte multiplicador superior si s'ambientessin en àmbits més variats. Una aposta més gran per algunes d'aquestes àrees televisivament més desconegudes i allunyades de l'àrea metropolitana podria ajudar a un increment del coneixement d'aquests espais i a enriquir la imatge de Catalunya per a un volum important de població. Una imatge actualment fragmentada i focalitzada en una sèrie de punts molt concrets i que deixa al marge un bon nombre de comarques catalanes.

Bibliografia

- BOYLE, Mark; George HUGHES (1991). "The politics of representation of *the real*: discourses from the Left on Glasgow's role as European City of Culture 1990". *Area*, núm. 23, p. 217-228.
- BROWN, Lisa (2009). "Pleasuring body parts: women and soap operes in Brazil". *Critical Arts*, vol. 1, núm. 1, p. 6-25.
- BUONANNO, Milly (1993). "News-Values and Fiction-Values: News as Serial Device and Criteria of 'Fictionworthiness' in Italian Television Fiction". *European Journal of Communication*, vol. 8, núm. 2, p. 177-202.
- CASTELLÓ COGOLLOS, Enric (2005). *Sèries de ficció i construcció nacional: la producció pròpia de Televisió de Catalunya (1993-2003)*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, tesi doctoral, <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2005/tdx-0620106-144450/ecg1de1.pdf>
- CHICHARRO MERAYO, Mar (2012). "Telenovelas and society: constructing and reinforcing the nation through television fiction". *European Journal of Cultural Studies*, vol. 16, núm. 2, p. 211-225.
- CRISELL, Andrew (2006). *A Study of Modern Television: Thinking Inside the Box*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- FALKENHEIM, Jesper (2006). "When place images collide: place branding and news journalism", dins Jesper FALKENHEIM i Andrée JANSSON [ed.]. *Geographies of communication: the spatial turn in media studies*. Göteborg: Nordicom, p. 125-139.
- GANAU, Joan (1998). "La ciutat subjectiva: promoció urbana i formació d'imatge cultural de la ciutat" dins *La ciutat fragmentada: grups socials, qualitat de vida i participació*. Lleida: Publicacions de la Universitat de Lleida, p. 137-164.
- GOLD, John R.; Stephen V. WARD [ed.] (1994). *Place promotion : the use of publicity and marketing to sell towns and regions*. Chichester: John Wiley & Sons.
- HOTTOLA, Petri (2012). "Perceptions of the United States and the americans. The collage approach". *Finisterra*, vol. XLVII, núm. 93, p. 49-63.
- JENKS, Chris (1995). *Visual Culture*. London: Routledge.
- MILLS, Brett (2008). "My house was on Torchwood!: Media, place and identity", *International Journal of Cultural Studies*, vol. 11, núm. 379, p. 379-399.
- NEWLAND, Paul (2008). *The cultural construction of London's east End*. Amsterdam: Rodopi.
- PAÜL, Daniel (2009). *L'oferta cultural en les polítiques de màrqueting de les ciutats*. Lleida: Universitat de Lleida, tesi doctoral, <http://www.tdx.cat/handle/10803/8202>
- PORTO, Mauro P. (2005). "Political controversies in Brazilian TV fiction: viewers' interpretation of the telenovela *Terra Nostra*". *Television and New Media*, vol. 6, núm. 4, p. 342-395.
- POSTMAN, Neil (1985). *Amusing Ourselves to Death: public discourses in the age of Show Business*. New York: Viking.
- RAENTO, Paulina; Petri HOTTOLA (2005). "Where on Earth is New York? Pedagogical Lessons from Finnish Geography Students' Knowledge of the United States". *International Research in Geographical and Environmental Education*, vol. 14, núm. 1, p. 5-27.
- TUFTE, Thomas (2000). *Living with the Rubbish Queen: Telenovelas, Culture and Modernity in Brazil*. Luton: Unibersity of Luton Press.
- URRY, John (1990). *The tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London, Sage.